

# SKRIPSI

## Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Apv Surabaya

Yang Diajukan

Aang Zahrudin  
NPM. 0912010203/FE/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing Utama

Drs. Kustini. Msi

Tanggal .....

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Jawa Timur

Drs. Ec. Rahman A. Suwaidi, MS  
NIP. 196003301986031001

SKRIPSI  
PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL SUZUKI APV DI  
SURABAYA

Disusun oleh :

Aang zahrudin  
0912010203/FE/EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal : 31 Mei 2013

Pembimbing :  
Pembimbing Utama

Tim Penguji :  
Ketua

Dra. Ec. Kustini, MM

Dr. Prasetyo Hadi, MM

Sekretaris

Dra. Ec. Kustini, MM

Anggota

Dra. Ec. Nur Mahmudah, MS

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM  
NIP. 19630924 198903 1001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan berkah, rahmat dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Apv di Surabaya. “ Skripsi ini di ajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi jurusan Manajemen.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini seringkali menghadapi hambatan dan keterbatasan dalam berbagai hal. Namun, karena dorongan dan bimbingan yang telah diberikan berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP. Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran ‘Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar MM. Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen.
4. Ibu Dra. EC. Kustini, Msi selaku Dosen Pembimbing Utama sekaligus Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan skripsi ini.
5. Special family dear Ayah, Ibu, dan segenap keluarga yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan, baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

6. Teman-teman sekalian terimah kasih banyak atas kerjasamanya Rizka, Ricki, Farid, Cahyo, Faisal atau (ndul), Yudi atau (meme), Adrian Ghati, Totok, dll.

Akhirnya, penulis menyadari bukan hal yang tidak mungkin apabila skripsi jauh dari sempurna, dan dengan rendah hati bersedia menerima segala saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya penulis.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga laporan\_in ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya, semoga Allah SWT meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya, amin.

Surabaya, Juni 2013

Penulis

# DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Lampiran.....	ix

## BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Pengertian Merek (Brand).....	12
2.2.2 Pengertian Ekuitas Merek.....	14
2.2.3 Pengertian Kesadaran Merek.....	16
2.2.4 Pengertian Kesan Kualitas.....	19

2.2.5 Brand Asosiasi.....	20
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	22
2.2.7 Proses Dan Tahapan Keputusan Pembelian.....	24
2.3 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.1 Hubungan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.2 Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.3 Hubungan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.4 Kerangka Pikir.....	33
2.5 Hipotesis.....	33

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	34
3.1.1 Devinisi Operasional Varibel.....	34
3.2 Pengukuran Variabel.....	37
3.3 Teknik Penentuan Sampel.....	38

3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan.....	39
3.4.1 Jenis Data.....	39
3.4.2 Sumber Data.....	39
3.4.3 Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis.....	41
3.5.1 Teknik Analisis.....	41
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	54

#### BAB IV ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	55
4.1.1 Sejarah Singkat.....	55
4.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	58
4.2.1 Penyebaran Kuisisioner.....	58
4.2.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	58
4.3 Deskripsi Variabel.....	60
4.3.1 Ekuitas Merek.....	60
4.3.2 Keputusan Pembelian.....	67

4.4 Hasil Partial Least Square.....	68
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran.....	68
4.4.2 Evaluasi Model Struktural.....	68
4.4.3 Uji Kausalitas.....	70
4.5 Pembahasan.....	71
4.5.1 Variabel Ekuitas Merek.....	71

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74

## DAFTAR PUSTAKA

## KUISIONER



# PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL SUZUKI APV DI SURABAYA

Oleh :

Aang Zahrudin  
NPM. 0912010203/FE/EM

## ABSTRAKSI

Perkembangan ekonomi, Teknologi, dan Sosial Budaya sebagai arus perubahan global yang mendorong transformasi pada seluruh aspek perilaku konsumen dan pemenuhan keseluruhan yang terus berkembang produk mobil yang berkualitas seperti Suzuki APV. Pihak marketer atau pengelola Suzuki APV harus senantiasa memahami perilaku konsumen secara keseluruhan agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan dapat merumuskan strategi pemasaran dengan cepat dan tepat. Oleh karena itu Suzuki APV merupakan perusahaan yang menghasilkan produk berupa jasa layanan maupun jasa penjualan yang harus dipasarkan pada konsumen. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian mobil Suzuki APV di Surabaya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian serta untuk mengetahui manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Suzuki APV di Surabaya. Metode penelitian ini yang di gunakan Partial LeastSquare (PLS) serta pengujian asumsi klasik (PLS) yang di lanjutkan dengan pengujian hipotesis, dimana data yang di gunakan adalah sampel sebanyak 104 orang pengguna Suzuki APV di Surabaya.

Kesimpulan yang di peroleh dari penelitian ini adalah bahwa ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagai teruji kebenarannya, karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan ekuitas merek member dampak yang nyata terhadap peningkatan keputusan pembelian.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi, dan social budaya sebagai dari arus perubahan global yang mendorong transformasi pada seluruh aspek perilaku konsumen dan pemenuhan kebutuhan yang terus berkembang produk mobil yang berkualitas seperti Suzuki Apv.

Suzuki APV Arena dan juga APV Luxury merupakan kendaraan MPV (Multi-Purpose Vehicle) yang didesain bagi konsumen segmen menengah yang dapat digunakan sebagai alat transportasi keluarga ataupun sebagai pendukung dalam melaksanakan sebuah jenis usaha atau bisnis. Kendaraan yang terinspirasi dari desain mobil Van yang dipasarkan di Eropa dan Amerika ini adalah hasil kreasi atau desain anak bangsa yang kini banyak digemari oleh konsumen di tanah air.

Diproduksi pertama kali pada tahun 2004, Suzuki APV telah banyak mendapat perubahan, baik dari performa mesin hingga fitur keamanan serta kenyamanan lainnya. Kendaraan ini tentu saja menjadi salah satu kebanggaan kita bersama karena merupakan hasil produksi dalam negeri yang dilakukan oleh PT.Indomobil Suzuki International yang berlokasi di Pulo Gadung, Jakarta Timur. Melihat respon pasar yang sangat tinggi, maka

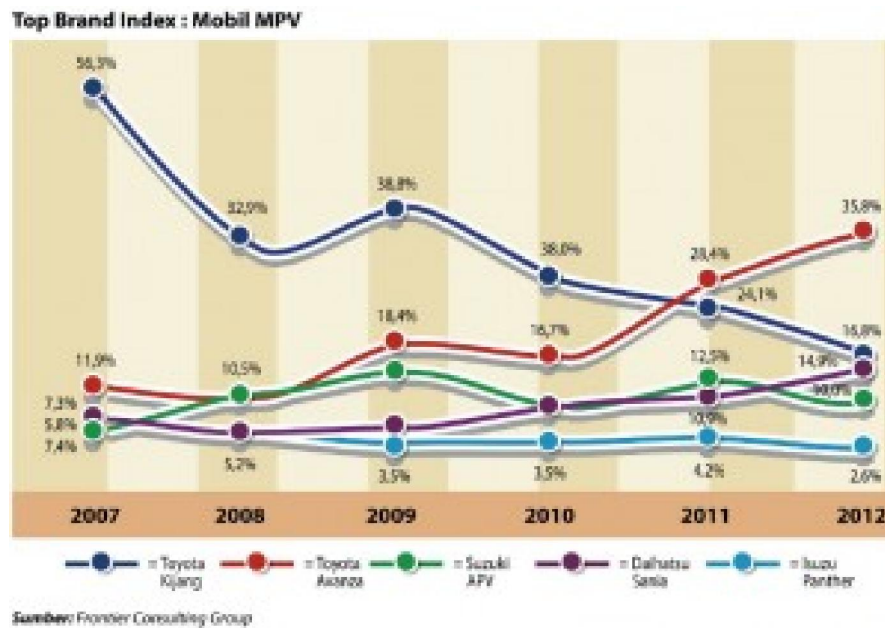
pihak Suzuki terus menambah varian kendaraan ini hingga pada APV Arena yang memulai debutnya pada tahun 2007, diikuti oleh APV Luxury dua tahun kemudian.

Surabaya sebagai kota berkembang kedua setelah Jakarta, merupakan lahan tersendiri bagi tumbuhnya bisnis layanan transportasi atau jasa atau banyaknya show room mobil, dimana sudah banyak kebutuhan atau rutinitas masyarakat berkembang untuk melakukan perubahan di bidang otomotif.

Dengan banyaknya show room mobil, akan membuka pesaing pada mobil-mobil yang lain, dan akan memberikan dampak negative Suzuki APV, disatu sisi tentunya membawa keuntungan bagi konsumen karena akan lebih banyak alternative pilihan tepat bagi mereka yang ingin melakukan perubahan dibidang transportasi, akan tetapi akan memberikan ancaman bagi pengelola Suzuki APV itu tersendiri, karena harus menghadapi pesaing yang sangat ketat dalam memperebutkan jumlah pelanggan/konsumen yang ada.

Pihak marketer atau pengelola Suzuki APV harus senantiasa memahami perilaku konsumen secara keseluruhan agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan dapat merumuskan strategi pemasaran dengan cepat dan tepat. Oleh karena Suzuki APV merupakan perusahaan yang menghasilkan produk berupa jasa layanan maupun jasa penjualan yang harus dipasarkan pada konsumen, konsumen banyak di pengaruhi oleh pencitraan merek.

### Top Brand Index Mobil MPV Tahun 2010 - 2012



Sumber : [www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id)

### TOP BRAND INDEX TAHUN 2010 s/d 2012

Merek Mobil	2010	2011	2012
Toyota Avanza	16,7%	28,8%	35,8%
Toyota Kijang Inova	38,0%	24,1%	15,8%
Daihatsu Xenia	10,0%	11,9%	14,2%
Suzuki Apv	10,0%	12,5%	12,0%
Isuzu Panther	3,5%	4,2%	2,4%

Sumber : [www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id)

Berdasarkan table TBI diatas terlihat bahwa mobil Suzuki Apv dari tahun 2010 – 2012 mengalami penilaian konsumen yang fluktuatif. Index dari Suzuki Apv sejak tahun 2007 terus mengalami penurunan, di tahun 2010 indexnya 10,0% Suzuki Apv berada di urutan ke 4 di tahun 2011 indexnya 12,5% dan di tahun 2012 indexnya 12,0%. Kalau ini terus terjadi dan Suzuki Apv tidak melakukan perubahan produk, di prediksi Indexnya tinggal 10% Sumber: [www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id)

Padahal mobil Suzuki Apv sudah melakukan beberapa perubahan pada Spesifikasi : Mesin G15A SOHC 16 Valve 4 in Line Multi Point Injection, 105 PS, Tilt steering, Power Steering, Power Window, Key Less Entry, Electric Mirror with Foldable Mirror (SGX), 2 Din Radio Tape JVC (GL Single Din), Double Blower AC (GL single), Captain Seat (SGX), Child Door Lock, 2 tone colour dashboard (beige), Fog Lamp, Side Body Moulding, Velg Racing 195/65 R15 / 185/80 R14 (GL), Upper Spoiler (SGX). Sumber: [id.carmall.com](http://id.carmall.com)

Meskipun demikian masih terdapat beberapa kelemahan pada mobil Suzuki Apv antara lain: Air AKI yang cepat habis, Posisi Ban depan di bawah supir yang cepat Aus kedalam, Motor ExtraFan/Kondensor AC, Gigi mundur susah masuk. Sumber: [id.carmall.com](http://id.carmall.com)

Durianto, dkk, (2001:1) mengatakan bahwa ekuitas merek (brand equity) adalah seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan suatu merek, nama, simbol, yang dapat menambah atau mengurangi nilai

yang diberikan oleh sebuah produk atau jasa kepada perusahaan atau pada pelanggan perusahaan.

Di dukung dengan penelitian (Arianis Chan), menyatakan bahwa menunjukkan bahwa ekuitas merek Bank Muamalat Indonesia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Apv Surabaya”.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penting bagi Suzuki APV untuk mengetahui. Hal ini yang menjadikan penelitian tertarik untuk mengetahui pengaruh Ekuitas merek terhadap keputusan pembelian produk Suzuki APV. sesuai dengan pokok-pokok pikiran yang dikemukakan diatas, maka yang diangkat sebagai permasalahan penelitian ini adalah:

1. Apakah variable Ekuitas Merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Suzuki APV?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

Untuk menganalisis ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Suzuki APV.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penulis ini adalah:

##### 1. Peneliti

Menjadi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu ekonomi khususnya Manajemen Pemasaran.

##### 2. Bagi perusahaan

- a. Sebagai bahan referensi bagi perusahaan untuk mengetahui apakah penerapan Ekuitas Merek mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian.
- b. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengembangkan program Ekuitas Merek.

##### 3. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian di bidang yang sama.